

論 説

地場産業産地の持続的成長

— 豊岡杞柳産業産地の事例 —

荻久保 嘉 章

目 次

はじめに

第1章 杞柳産業の形成

第1節 杞柳産業の盛衰

第2節 杞柳栽培

第3節 杞柳製品

第2章 中核産地としての豊岡

第1節 中核産地の形成（明治・大正期）

第2節 産地の変革（昭和期）

第3章 地場産業産地の持続的成長

第1節 在来産業から地場産業へ

第2節 イノベーションと事業転換

第3節 地場産業産地の持続的成長

は じ め に

「柳行李」をはじめとする杞柳（きりゅう）製品を供給する杞柳産業は、かつて全国各地に地場産業として大小の産地を形成していた。その原料となる「杞柳」は、耕作に不適當な廢地の利用を図る当座の作物として、いわば「消去法的理由」により栽培が始まり、明治期以降、荒蕪地を中心に全国的に栽培されるようになった。しかし、その品質は品種のみならず産地（栽培地域）によっても差があるとされ、さらに中核産地である豊岡（兵庫県）の取引価格に基づく「相場」が形成されていた。そのため、投機的に価格が変動する杞柳は、安定した収入が見込める作物であるとはいえなかったが、杞柳栽培の高付加価値化をめざし、軽便な用具を使用して手作業で行われた杞柳細工（杞柳製品製造）は、農村経済を支える副業として奨励された。

元来、杞柳製品は日常生活において必需的な消費財のひとつであったが、明治期以降、軍需品としての市場も確保し、その圧倒的大多數が豊岡で製造された。太平洋戦争後、軍需品市場はもとより、必需的市場もより高機能で安価な代替製品の登場や消費者のライフスタイルの変化等により急減し、副業の特性を強く持ち続けた全国に形成された杞柳産業産地では、多くの在来産業が実現したような「中小企業により構成された産地」へと発展することなく、そのほとんどが現在までに消滅している。その一方、豊岡では杞柳製品の製造価額がピークとなる大正期に新型の鞆を開発し、杞柳製品の多品種化と海外市場の開拓を実現し、「箱物から籠物へ」とその後の鞆囊産業産地への事業転換の道筋を創出し現在に至っている。

本稿では、杞柳産業を核としてさまざまな知識が集積した「産地」が次なるイノベーションを生み出す大きな力となった豊岡の事例を通じて、地場産業産地が持続的に成長するための環境変化への適応の重要性を考察した。

第 1 章 杞柳産業の形成

第 1 節 杞柳産業の盛衰

(1) 杞柳産業の生成

杞柳を原料とする杞柳製品の歴史は古く、『続日本紀』や『延喜式』に「柳筥（やないばこ）」に関する記述がみられ、東大寺の正倉院には但馬国で作られた 1200 年前の柳筥が「御物」として十数点保存されているという。

杞柳は明治期以前より耕作が困難な地域における代替的作物として栽培され、江戸期、京極藩の産業奨励により、豊岡は杞柳栽培のみならず杞柳製品の中核的な産地となった。明治期になると、豊岡における新製品開発や販路開拓の努力のみならず、農作物として杞柳の特性に着目した各地の行政や農会等の振興策や農家に対する副業奨励策と相まって杞柳栽培は全国的に広まり、杞柳栽培道府県数が最大となる昭和 1 年（1926）の『農林省統計表』には、39 道府県での栽培が記録されている。杞柳栽培が軌道に乗った地域では、さらに高付加価値を求めた杞柳製品づくりを指向するようになり、全国各地に杞柳産業産地が形成された。

産地間の競争は、全国市場を持つ豊岡と市場が特定されるその他の産地とに二極分化したなかで展開された。しかし、杞柳製品は産地特性を強く打ち出すことが難しく、特定の産地に対する評価はあるものの製品のものに大きな差が認められず、杞柳製品と同様に在来産業の特性を持ちながら産地を形成した陶磁器類のような「産地間の差別化」は実現できなかった。

(2) 杞柳製品の特性

明治期に駐日英国公使館の日本語書記官として日本を踏査したアーネスト・サトウ (Satow, E. M.) が「日本を旅行する際の手荷物として柳行李が秀逸¹⁾」と評すのみならず、杞柳を編製した杞柳製品は「杞柳ノ用途ハ其範圍頗ル広クシテ其ノ製品種類将ニ一千種以上ニ及ブ²⁾」と記されるように、わが国の湿潤な気候に適した汎用性の高い製品として、日常生活において極めて身近な存在であった。

杞柳製品は、明治 10 年（1877）の西南戦争における軍用の飯行李の大量注文をはじめとして、日清・日露戦争においても大量の需要があり、その後、兵隊の弁当箱・将校行李等の軍需品としての固定的需要をもつようになった。その結果、杞柳製品は在来産業の特性のひとつである

1) Satow, E. M. and Hawes, A. G., 1884. (庄田元男, 1996 年, 25 頁。)

2) 北海道庁内務部, 1917 年, 4 頁。

「国民生活に直結した消費財供給³⁾」のみならず、「軍需品供給」の役割も果たすことになった。

(3) 杞柳産業の発展と衰退

杞柳産業は、最終製品である柳行李等の杞柳製品を製造する「杞柳細工」とその原料となる「杞柳栽培」およびこれを「販売」する分野から構成され、製品の販売と製造工程の一部（縁掛け）を除き、その大部分は農家が副業として携わっていた。

豊岡を中心とした数多くの人々の往来と知識の伝播によって全国に杞柳産業産地が形成されたものの、杞柳産業は副業の特性を強く持ち続け、機械化を進めることもできず手作業による生産を続けたこともあり、多くの在来産業が実現したような「中小企業により構成された地場産業産地」の形成に至った地域は少ない。

豊岡の杞柳栽培は、当地の歴史・風土等に裏付けられた「必然性」のなかで生成・発展した。これに対し、その他の産地では「浸水地方に於ては、水害排除の根本的施設完備するに非ざれば杞柳に代る可き適当の作物なく⁴⁾」等の記述にみられるように、農業の基本である稲作が不可能な地理的条件や農家の副業奨励策の一環として、いわば「当座しのぎ」的な意味合いで栽培され、手作業による杞柳製品の製造はこれに付加価値を付ける最適の手段であった。そのため、中村隆英が「副業者たちは、仕事がなければ、ないしもっと有利な別の仕事があれば、いつでもその副業を放棄する—あるいは放棄せざるをえないであろう。しかし、もしこれが本業だったならばこれを簡単に放棄するわけにはゆかないはずである⁵⁾」と指摘するように、河川改修により水害の心配がなくなり、あるいは圃場整備等により稲作をはじめとして他に高収入が期待できる農作物への転換が可能になる等、耕作に関する制約条件が改善され、より有利な収入の途が開けたならば、副業者が杞柳産業に固執する理由はなく、これが多くの杞柳産業産地衰退の大きな要因となったと考えられる。

昭和期になると、戦時体制に向けて施行された『国家総動員法』に基づく食糧農産物の生産確保のために公布された『臨時農地等管理令』により杞柳の作付は制限され、その収穫高は全国的に減少する一方、軍需品への製品供給の要請が強化されていった。

戦後の経済復興期には、他の在来産業と同様に杞柳産業も一時的に回復した。しかし、単に「使用価値」が認められればよい消費財であった杞柳製品は、板倉勝高が「日用消費財で普及品の場合には、均一の素材と加工によって生産された工場製品の方が品質もよく安価である場合が多い。そのため地場産業産地や近在必要工業が壊滅してしまう場合が少なくない⁶⁾」と、地場産業産地崩壊の要因を指摘するとおり、プラスチック・コンテナや段ボール箱等の杞柳製品

3) 中村隆英，1997年，5頁。

4) 山中省二，1928年，37頁。

5) 中村隆英，1985年，225頁。

6) 板倉勝高，1984年，214頁。

と同等以上の機能を持つ経済合理性の高い工業製品が開発され、あるいは、ライフスタイルの欧米化により畳んで押しつけて平面的に収納する「行李」よりも立体的に収納する「洋服たんす」が好まれるようになると、産業としての規模がさらに縮小していった。

第 2 節 杞柳栽培

(1) 栽培

明治 42 年から昭和 40 年（1909～65）までの杞柳作付面積の推移（図 1）を全国値でみると、明治末期から急増し、大正 14 年（1925）に 2,120 ヘクタールに達した後、昭和 22 年（1947）を谷として減少を続け、その後、一時増加傾向を示したものの昭和 40 年（1965）にはピーク時の 1 割程度に減少した。明治末期において作付面積が全国第 1 位・2 位の兵庫県・岐阜県は、他府県での杞柳栽培が活発化する大正から昭和にかけてその値を低下させており、特に岐阜県が著しい。両県は杞柳製品製造において大きなシェアを占めているところから、他府県等で栽培された杞柳を原料として製品製造にあてていたことが推定できる。

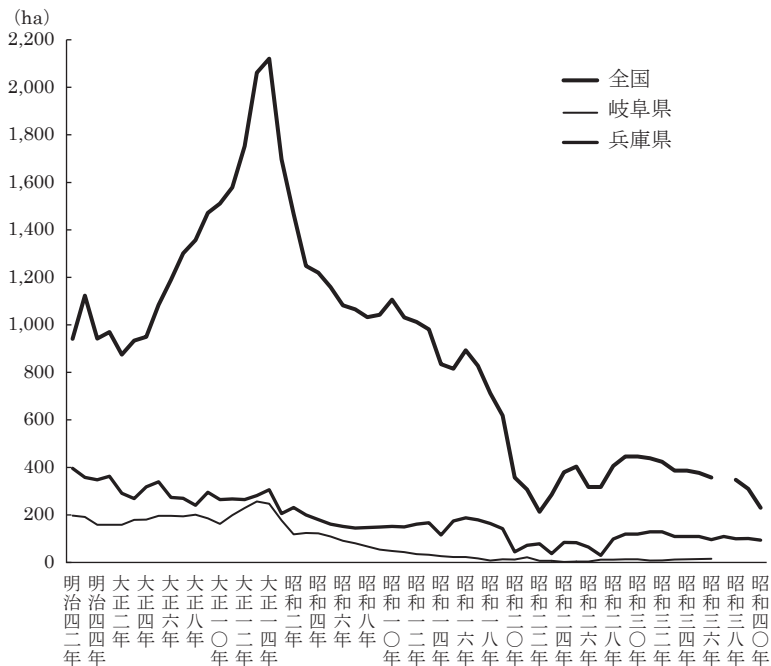


図 1 杞柳の作付面積の推移

資料：『農商務統計表』（明治 42 年～大正 12 年），『農林省統計表』（大正 13 年～昭和 16, 19～40 年），『農商務省統計表 農林統計編』（昭和 17, 18 年）。

(2) 収穫

杞柳は挿し木によって栽培され、その収穫時期により品質に差があり、冬季に収穫した杞柳

を使用した製品がより上等に仕上がったとされる。冬季に収穫された杞柳の茎は、「青柳」「青芽」「青茎」「青木」「皮芽」等、地域によりさまざまな名称で呼ばれ、稲刈りの終わった田んぼ等に再度挿し木された。

杞柳製品の原料とするために皮を剥ぎ取られ青柳は、地域により「白柳」「白芽」「白茎」「白木」「白製」等と呼ばれた。青柳を白柳に加工する際の歩留まりは、「青柳 10 貫 (3.75kg) より 3 貫乃至 3 貫 500 匁の白柳が得られる」とする著作が多い。農家は刈り取った杞柳（青柳）を直ちに販売することもできるが、これを剥皮し白柳に加工することにより貯蔵や農閑期を利用した製品づくりが可能になり、相場をみながら有利な時期に白柳を販売することも可能となるため、白柳加工は「有利な副業」として推奨された。

田植え前の限られた期間内に集中的に多くの人手による大量の処理を行わなければならない青柳の剥皮作業は、村上節太郎が「4 月上旬中筋川（高知県幡多郡）の堤防の上に数百人の婦女子が手拭を被り剥皮作業を行ふ光景は実に盛観である⁷⁾」と記し、また長野県延徳村（現中野市）では剥皮作業の時期になると学校も「柳皮むき休み⁸⁾」になる等、産地の人々にとって「一大行事」であった。

(3) 収支

杞柳の取引は、生産者が直接仲買人に売り渡し、仲買人が需要者に販売する方法が一般的であった。取引の対象となる杞柳は、「青柳」「白柳」のほか、「立木のままの見切り売り」もあったようであるが、農家にとって「白柳」が有利であることは前述のとおりである。

杞柳の価格は、北海道庁内務部編『北海道ニ於ケル杞柳ニ関スル調査』（大正 6 年（1917））が「本場タル但馬国豊岡町ニ於ケル相場ヲ標準トス然シテ製品ノ需要多ケレバ従テ原料タル杞柳価格ノ昇騰ヲ来ス⁹⁾」と記すように、豊岡での取引状況が「相場」を形成していた。

また、兵庫県内務部編『大正 7 年 9 月 副業ニ関スル調査』（大正 8 年（1919））に記された大正 7 年（1918）の杞柳栽培収支の内訳をみると、人件費と小作料が支出の大部分を占めていることが確認できる。そのため、佐久間哲三郎は「若し価格著しく騰貴すれば多大の利益となるも、下落の年には却て損失となるものである。故に農家は必ず廢地を利用し、自家労力により経営するを原則とせねばならない¹⁰⁾」と、杞柳栽培における廢地利用と人件費低減の重要性を強調している。

7) 村上節太郎，1935 年，191 頁。

8) 中野市誌編纂委員会，1981 年，393 頁。

9) 北海道庁内務部，1917 年，37 頁。

10) 佐久間哲三郎，1931 年，100 頁。

第 3 節 杞柳製品

(1) 製造戸数

明治 42 年から昭和 13 年 (1909 ~ 38) にかけての杞柳製品製造戸数の推移 (図 2) を全国値でみると、作付面積が最大となる 2 年前の大正 12 年 (1923) に最大値 (4,552 戸) を示しており、また、作付面積 (図 1) 以上に兵庫県の位置づけの高さが確認できる。

農家の副業として家族労働に依存した柳行李の製造は、多くの在来産業と同様に明治から昭和初期にかけて発展した。しかし、労働力を農村の女性に求め、規模も大きく、工場制手工業として企業化への道を進んだ綿織物のような在来産業とは対照的に、生産規模や形態等において小規模かつ副業の特性を持ち続けた杞柳製品は、やがて戦後の経済復興・成長の過程のなかで衰退の道をたどることになる。

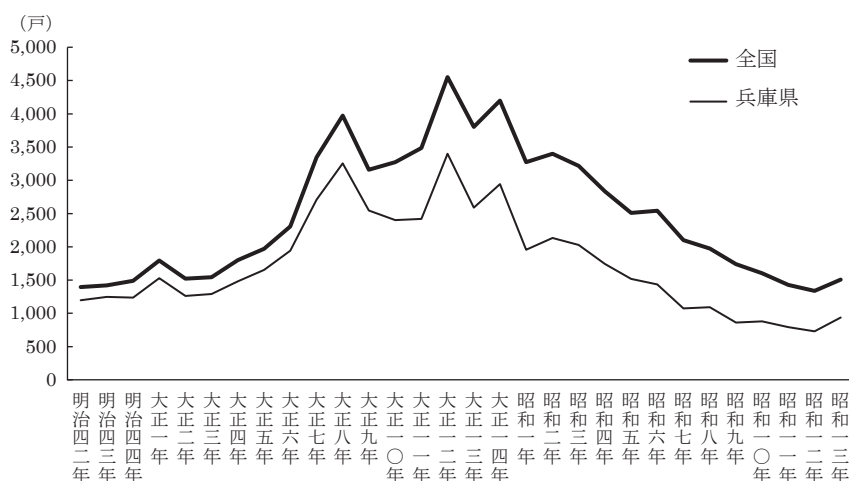


図 2 杞柳製品製造戸数の推移

資料:『農商務統計表』(明治 42 年~大正 12 年),『商工省統計表』(大正 13 年~昭和 13 年)。

(2) 製造価額

明治 42 年から昭和 13 年 (1909 ~ 38) にかけての杞柳製品製造価額の推移 (図 3) を全国値でみると、製造戸数が最大となる 4 年前の大正 8 年 (1919) にかけて急増し、昭和初期まで 4,000 千円以上の水準にあり、その後、昭和 6 年 (1931) を谷とした後、再び増加している。これを兵庫県の動向でみると、製造戸数と同じく全国値と同様の傾向を示しており、杞柳製品における兵庫県の位置づけの高さが再確認できる。

杞柳製品の製造価額がピーク (全国計: 5,642 千円) に達した大正 8 年 (1919) において、杞柳工業のわが国全工業製品製造価額 (57,996 百万円) における構成比は、わずか 0.01% にすぎない。また、同年の杞柳製品製造価額が全国第 1 位である兵庫県 (4,046 千円) の道府県別構成比は 71.7% (第 2 位の岐阜県は 8.2%) に達しているものの、兵庫県全体の工業製品製造価額 (5,974

百万円) に比すれば 0.07% にすぎない。国民生活における杞柳製品の役割の大きさに比し、その産業としての規模は極めて小規模であったといえよう。

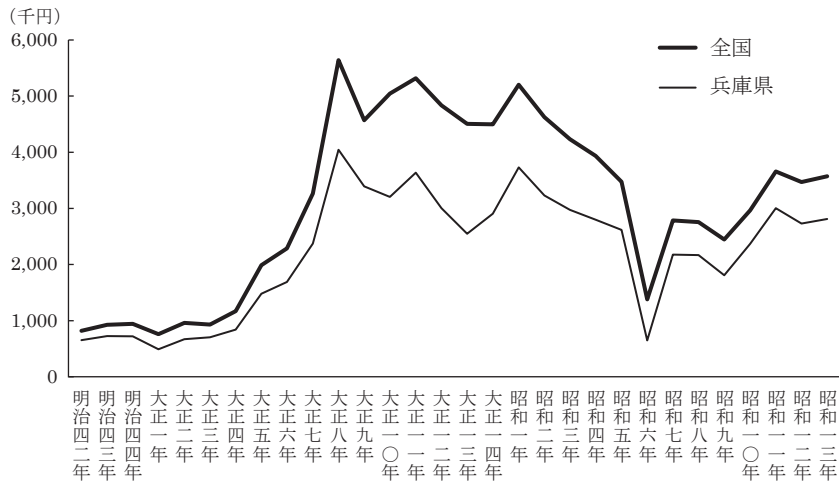


表 1 杞柳製品の道府県別、国内主要市場への入出荷の状況（大正 13 年調査）

道府県	東京市場		横浜市場		名古屋市場		京都市場		大阪市場		神戸市場		関門市場	
	入荷	出荷	入荷	出荷	入荷	出荷	入荷	出荷	入荷	出荷	入荷	出荷	入荷	出荷
北海道	—	—	○	—	—	—	—	—	—	●	—	—	—	—
岩手	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	●
福島	—	—	○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	●
栃木	○	—	—	●	—	—	—	—	—	—	○	—	—	—
埼玉	○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
千葉	—	—	○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
東京	—	—	○	●	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
神奈川	—	—	○	●	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
新潟	○	—	○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
富山	—	—	○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
福井	○	—	○	—	—	—	○	—	○	—	○	—	○	—
長野	○	—	○	—	○	—	—	—	—	—	—	—	—	—
岐阜	○	—	○	—	○	●	○	—	○	—	—	—	—	—
静岡	○	—	○	●	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
愛知	○	—	○	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
三重	○	—	—	—	—	●	—	—	—	—	○	—	—	—
滋賀	—	—	—	—	—	●	—	●	—	—	—	—	—	—
京都	—	—	—	—	—	—	□	—	—	—	○	—	—	—
大阪	○	—	—	—	—	—	—	—	□	●■	○△	—	○	—
兵庫	○	—	○	●	—	—	○	—	○	●■	○□	—	○	—
奈良	—	—	—	—	—	—	—	●	—	●■	—	—	—	—
和歌山	—	—	—	—	—	●	—	—	—	●	—	—	—	—
鳥取	—	—	—	—	—	—	○	—	—	—	○	—	—	—
島根	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	○	—	○	—
岡山	—	—	—	—	—	—	○	—	—	●	○	—	○	—
広島	—	—	—	—	—	—	—	—	—	●	—	—	○	●
山口	—	—	—	—	—	—	○	—	—	●	—	—	○	●
徳島	—	—	—	—	—	—	—	—	△	—	—	—	—	—
香川	○	—	—	—	—	—	—	—	—	▲	—	—	—	—
愛媛	—	—	—	—	—	—	—	—	—	▲	—	—	—	—
高知	—	—	—	—	—	—	—	—	△	—	—	—	—	—
福岡	○	—	—	—	—	—	—	—	—	▲	—	—	○	●
長崎	—	—	—	—	—	—	—	—	—	▲	—	—	—	—
宮崎	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	○	—

凡例：○は鉄路，△は海路，□は陸路による他道府県から当該市場への入荷。

●は鉄路，▲は海路，■は陸路による当該市場から他道府県への出荷。

出所：農林省農務局編『主要市場ニ於ケル杞柳製品ノ取引状況調査』（副業参考資料 28），1927 年，9-14 頁，27-32 頁，41 頁，43-44 頁，66-69 頁，99-103 頁，112-114 頁，124-126 頁より作成。

第 2 章 中核産地としての豊岡

第 1 節 中核産地の形成（明治・大正期）

（1）産地の形成

豊岡は，柳行李の産地として戦国時代から有名であった。寛文 8 年（1668）に京極家が豊岡に移封された後，藩はその収入を高めるため，地理的制約条件に適合した杞柳を栽培し，乾く

と折れやすい杞柳を雨や雪が多く湿度の高い気象条件において屋内で加工する、いわば風土的特性に適合した杞柳産業を保護奨励し、さらに生産者・仲買人・問屋等により組織化された生産販売体制を確立し、大消費地である大阪等との取引を活発化した。そして、幕末にかけては藩の支援による全国市場への販売促進活動を試み、豊岡をわが国を代表する産地にした。また、製品の製造工程においても「生地編み」は近郊の農民、「縁掛け」は町民（職人）と分業化し、産地問屋の発達も相まって、近郊農村を含めた豊岡周辺には、歴史的に裏付けられた産地内で完結する生産構造が確立した。

しかし、明治期になると京極藩の開拓した販路が失われたこともあり、「慶応年度ヨリ明治7年頃迄ハ頗ル盛ナリ後漸ク衰ヘ明治9年頃ハ殆ント廃絶セントノ恐レアリ¹²⁾」と、産地存亡の危機に直面した。こうした状況の中で、豊岡の杞柳商人の有力者は「柳盛社」を起し、あるいは「恵比須講」を組織して杞柳製品の改良や全国行脚による販路の整備に務め¹³⁾、わが国における中核産地形成の礎を形成した。

(2) 杞柳製品製造の増大

豊岡の杞柳製品は、明治政府が殖産興業政策の一環として開催した内国勸業博覧会に第1回（明治10年（1877））から出品され、第2回から第5回まで褒賞を受賞した。兵庫県内務部第四課編『兵庫県物産調査書』（明治33年（1900））は「第1回勸業博覧会開設ニ際シ数個ノ出品ヲナシ且ツ出品者出京シテ販路開通ノ方法ヲ周旋セシカ同時ニ価値モ騰貴シ是レヨリ漸次繁盛ニ進ミ爾來年1年ニ進歩発達ノ状況ナリ¹⁴⁾」と、博覧会への出展が販路開拓と産地発展の契機となったと評している。そして、これは農商務省の調査結果において、明治19年（1886）の兵庫県の杞柳製品製造戸数が62戸、職工数が1,500人、製造価額が35,000円であるのに対し、明治42年（1909）になると製造戸数は1,198戸、職工数は2,793人、製造価額は651,275円と急増していることから確認できる。

その後、大正6年（1917）に奥田平吉がバンド三本締の柳行李にウルシを塗り錠前をつけた「新型鞆」を工夫し、大正8年（1919）には宇川安蔵が提籠、大正10年（1921）には松本孝のバスケット型柳行李鞆が「大正バスケット」の名で大流行するようになり、豊岡における「鞆」製造が急増した。こうして杞柳製品の製造価額は大正8年（1919）のピーク（4,045,958円）に向けて増加を続けた。

大正期の繁栄した豊岡の様子について、小熊彦三郎・大串善六は「北は日本海に面し、山陰鉄道の沿線にある一小邑にして、（中略）交通至便と云ふを得ず」と述べた上で、「一反此地に足を入れる時は同地停車場の「ブラットホーム」に杞柳及杞柳細工品の山積しあるに一驚すべし。

12) 兵庫県内務部第四課，1900年，283頁。

13) 石田松蔵，1969年，51頁。

14) 兵庫県内務部第四課，1900年，283頁。

更に付近の倉庫を窺へば又同一の杞柳関係品の充満し居るには益々驚くの外なし¹⁵⁾」と、記している。

(3) 杞柳製品の輸出・移出

杞柳製品の輸出が活発化したのは第一次世界大戦中のことであり、兵庫県内務部編『大正 7 年 9 月 副業ニ関スル調査 第 1 輯』（大正 8 年（1919））は、「行李ハ朝鮮，支那，米国，露国等へ輸出セラレ又籠類ハ米国，濠洲へ鞆ハ朝鮮，支那，満州，米国ニ輸出シ前途極メテ好望ナリ¹⁶⁾」と、戦争という特殊事情を機に世界的規模で市場を拡大した様子を記している。

農商務省農務局の調査結果が、「高知県産ノモノハ内地向製品多キモ最近漸ク輸出向ノモノカ入着スルニ至レリ豊岡及岐阜ヨリ入着スルモノハ其ノ約 8 割以上ハ輸出セラル¹⁷⁾」「入着品ハ神戸市内ニ消費セラル、以外ノモノハ殆ト輸出品トシテ海外ニ発送セラレ内地各地ヘ向ケ発送スルモノハ極メテ少ナシ¹⁸⁾」と記すとおり、県内外から神戸市場に集積した海外向け柳籠は問屋を通じ、輸業者あるいは外人の仕入店を経由して神戸港から輸出された（図 4）。さらに、兵庫県で製造された杞柳製品の鉄路による移出状況（表 2）をみると、大多数が豊岡駅・江原駅から各駅に向けて移出されるものの、その約 90% が神戸を着駅としていることも確認できる。

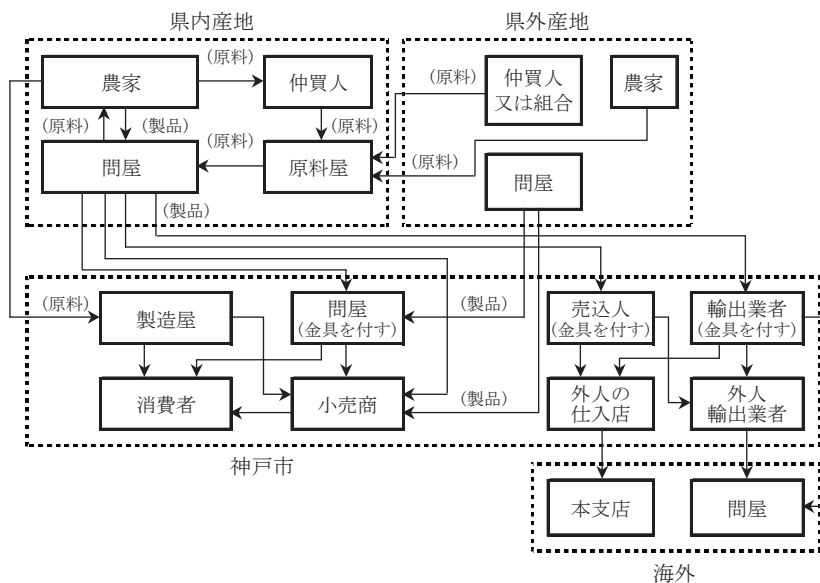


図 4 神戸市場における柳籠の取引経路（大正 13 年（1924）調査）

出所：農林省農務局編『主要市場ニ於ケル杞柳製品ノ取引状況調査』（副業参考資料 28），1927 年，76 頁より作成。

15) 小熊彦三郎・大串善六，1925 年，59 頁。

16) 兵庫県内務部，1919 年，177-178 頁。

17) 農商務省農務局，1922 年，3 頁。

18) 農商務省農務局，1922 年，4-5 頁。

表 2 兵庫県から国内主要市場への杞柳製品の移出（鉄路）（大正 13 年（1924）調査）

市場	着駅	種類	計	兵庫県 発駅				その他
				豊岡	江原	浜坂	石生	
	総 計		857,515	642,772	207,834	5,600	1,001	308
東 京	計		19,748	19,255	493	—	—	—
	秋葉原		783	783	—	—	—	—
	飯田町		1,730	1,262	468	—	—	—
	恵比寿		688	688	—	—	—	—
	大 崎		6	6	—	—	—	—
	大 塚		430	422	8	—	—	—
	亀 戸		24	24	—	—	—	—
	北千住		111	102	9	—	—	—
	汐 留		14,076	14,076	—	—	—	—
	品 川		750	750	—	—	—	—
	渋谷		20	20	—	—	—	—
	新 宿		231	231	—	—	—	—
	巢 鴨		400	392	8	—	—	—
	隅田川		4	4	—	—	—	—
	田 端		495	495	—	—	—	—
横 浜	計		4,985	4,242	707	—	—	36
		行李	4,320	3,684	632	—	—	4
	東横浜	バスケット	71	—	71	—	—	—
		籠	36	—	4	—	—	32
	東神奈川	行李	558	558	—	—	—	—
京 都	計		30,850	14,750	10,500	5,600	—	—
		行李	9,800	3,800	3,500	2,500	—	—
	梅小路	バスケット	2,400	1,400	1,000	—	—	—
		行李	14,650	7,050	4,500	3,100	—	—
	二 条	バスケット	4,000	2,500	1,500	—	—	—
神 戸	計		798,168	600,936	195,959	—	1,001	272
	小野浜		1,280	1,280	—	—	—	—
	神 戸		762,918	571,725	191,193	—	—	—
	鷹 取		4,641	4,641	—	—	—	—
	兵 庫		29,329	23,290	4,766	—	1,001	272
関 門	計		3,764	3,589	175	—	—	—
	門 司		1,277	1,230	47	—	—	—
	下 関		2,487	2,359	128	—	—	—

単位：東京は「組」、神戸は「斤」、その他は「個」。

出所：農林省農務局編『主要市場ニ於ケル杞柳製品ノ取引状況調査』（副業参考資料 28），1927 年，10 ～ 14，28 ～ 30，66 ～ 68，99 ～ 100，112 ～ 113，124 頁より作成。

第 2 節 産地の変革（昭和期）

（1）ファイバー鞆の商品化

第一次世界大戦後の不況は長期化し、昭和期になると杞柳の作付面積と杞柳製品の製造はともに減少した。こうした中、豊岡の製造業者が不況からの脱出を実現した成果のひとつに、「ファイバー鞆」がある。これは大正期に杞柳を原料とした鞆の需要が大幅に増加した時に、柳行李

の皮バンド締めが新意匠として開発され、その原料を杞柳から電気絶縁物として開発されたヴァルカナイズド・ファイバー（vulcanized fiber）に転用したものである。

ファイバー鞆の研究・試作に着手した奥田平治は、松本孝の協力を得て昭和 3 年（1928）に商品化に成功し、昭和 6 年（1931）には鞆の主流を占めるようになった。昭和 9 年（1934）、ファイバー鞆は帝国発明協会から二度表彰され、昭和 11 年（1936）開催のベルリン・オリンピック日本選手団の鞆として採用され、昭和 12 年度の豊岡町生産総価額 368 万円のうち 86.5 万円がファイバー鞆（杞柳製品は 242 万円）によるものであった。こうして豊岡の主要産業へと成長したファイバー鞆は、太平洋戦争後のビニールを材料とする新型トランクや袋物とよばれる特産品の誕生をはじめとする豊岡における「鞆囊産業」発展の原点となった。

（2）杞柳製品輸出の動向

神戸港から輸出される杞柳製品は第一次世界大戦後の不況の影響を受け減少したが、大正 13 年から昭和 4 年（1924～29）にかけて数量・金額ともに増加し、その後、増減を繰り返した。

農林省農務局副業課が昭和 3 年 3 月に調査した『大阪及神戸港ニ於ケル副業生産品輸出入状況調査』（昭和 4 年（1929））によると、神戸港から輸出される杞柳製品の主な品目（仕向地）としては魚釣籠（米国向け）、買物籠・紙屑籠（豪州向け）、鞆（アフリカ向け）、ピクニック・バスケット（南米向け）等があげられ、全輸出量の約 8 割が米国向けであった。

（3）杞柳産業の衰退

満州事変（昭和 6 年（1931））以降、戦時経済体制が強化されるにつれて国家による生産割当や価格統制が強化されるようになり、杞柳産業界においても昭和 17 年（1942）に「日本杞柳製品商工組合連合会」が結成され、杞柳製品の規格と全国統一公定価格が定められ、軍需用達組合には軍用行李・飯行李の供出が割当てられた。

太平洋戦争末期から終戦直後にかけての食糧事情の悪化とともに、農家は杞柳栽培から主食農作物への転換を要請されることとなり、杞柳栽培は激減した。そして、戦後になると、応召・徴用・戦死等による職人の減少に伴う技術・品質の低下、貿易の再開見通し難、副資材の不足等に加え、軍需品一色だった生産方式からの転換を余儀なくされ、さらに、インフレーションの影響による原料価格の暴騰や不安定さが製品の粗製濫造を引き起こし、杞柳産業は混迷状態に陥った¹⁹⁾。

昭和 10 年代から急速に普及したファイバー鞆は、戦後も旅行用鞆、整理用箱として生産され、昭和 23 年（1948）11 月から 1 年間の豊岡町における工産品生産高の第 1 位はファイバー製品であった。その一方、製造技術の容易さと材料消耗度の低さに加えて実用的価値から杞柳製品の需要が増大し、輸出用として魚籠や婦人物の手提籠等が生産されはじめ、昭和 25、26 年（1950、

19) 豊岡市立郷土資料館、1973 年、9-10 頁。

51) には再び杞柳製品がファイバー製品を圧倒した²⁰⁾。そして、昭和 28 年 (1953) 頃からビニールのシートをブリキの枠にはめこんだスマートケースや枠をピアノ線で加工したオープンケース等が生産されるようになると、豊岡の主要産業は杞柳製の箱物・籠物を生産する「杞柳産業」から新素材を使用したトランクを主とした箱物（鞆）とケース類を主とした袋物（囊）の生産増大により「鞆囊産業」へと代替し、鞆産地としての豊岡の地位は急上昇した²¹⁾。

昭和 30 年代になると、豊岡における杞柳製品の事業所数・従業員数は年々減少したものの、柳籠・ハンドバッグ等の時代のニーズに対応した新製品開発により、生産数量・金額の全国シェアは 70～80% を占めていた²²⁾。また、昭和 32 年 (1957) 頃に発行された兵庫県豊岡工芸指導所編『兵庫県但馬地方における杞柳産業』は、「輸出向け杞柳製品の創作改善研究」を工業指導所の最重点課題として位置づけた上で、杞柳製品の市場として「アジアを除き、貿易品としては 100% バスケット系統製品で年々アメリカを第一の市場とし、カナダ、中南米に、西欧・中国製品に伍してその真価を発揮している²³⁾」と記しており、海外に活路を求めていた様子が見えてくる。

しかし、昭和 40 年代になると杞柳製品の輸出はなくなり、昭和 50 年 (1975) に県外出荷額が 33 億円・原料柳の入手量が 188 トン超であったものが、昭和 59 年 (1984) にはそれぞれ 14 億円余 (57.6% 減)・0.6 トン余 (約 99.7% 減) に激減し、杞柳産業は豊岡の地域経済において果たしてきた役割を終えた²⁴⁾。

その後、杞柳産業に関わった多くの人々は、鞆囊産業に携わったという。ただし、軽便な工具により手作業で製造される杞柳製品と異なり、鞆の製造は工程も複雑で機械設備等への資本投下が必要となることもあり、事業活動の中心は個人から資金力ある企業に代替していった。

(4) 杞柳産業から鞆囊産業へ

明治期以降の豊岡では、そこに蓄積した資産・資源・知識等の活用により、八木長右衛門の「行李鞆」（明治 14 年 (1881)）や服部清三郎の「鞆型柳行李」（明治 39 年 (1906)）等に見られる市場の価値観やライフスタイルの変化に対応した製品の「多品種化」を実現し、中核となる製品を自然素材を使用した手工業としての杞柳製品から化学合成素材等による鞆（囊製品）へと転換する道筋をつくり、現在に至る産地の存続を実現した。

兵庫県立中小企業総合指導所編『豊岡鞆産地診断報告書』（平成 6 年 (1994)）は、産地変容の要因として、大正末期の「新型鞆」開発から昭和期の「ファイバー鞆」「スマートケース」「オー

20) 豊岡市史編集委員会，1987 年，441 頁。

21) 石田修一，1960 年，377 頁。石田松蔵，1969 年，52 頁。井出策夫，1978 年，250 頁。豊岡市史編集委員会，1987 年，660-661 頁。

22) 豊岡市史編集委員会，1987 年，667-668 頁。

23) 兵庫県豊岡工芸指導所，発行年不明。

24) 豊岡市史編集委員会，1987 年，680 頁。

プンケース」に至る市場開拓と技術開発の過程を指摘している²⁵⁾。同報告書がファイバー鞆の全盛期とする昭和 27 年度 (1952) における杞柳製品と鞆製品を生産状況を豊岡市・豊岡商工会議所編『豊岡市勢と商工名鑑』により確認すると、全国で生産された杞柳の約 7 割 (937.5 トン) を原料に柳行李 14 万個・籠類 130 万個の杞柳製品を生産し 37 千万円の生産額をあげている一方で、業者数が杞柳製品の 15% (200 戸) に満たない鞆製品が杞柳製品の 1.6 倍の生産額 (60 千万円) をあげていることがわかる。また、同名鑑に記された豊岡市の「主要物産生産額」における杞柳・鞆製品両製品の順位は第 1・2 位に位置しており、その合計額は豊岡市全体 (150 千万円) の 64.7% に達している。豊岡の地場産業の中核が杞柳産業から鞆産業へと移行する時期において、杞柳製品は雇用面で、鞆製品は付加価値生産面において、それぞれ地域経済に貢献していたことが理解できる。

昭和 34 年 (1959) には輸出振興を目的とした豊岡鞆輸出協会、翌年には兵庫県杞柳鞆輸出協同組合が設立され、昭和 35 年 (1960) には鞆の生産高が全国の 50% に達し、輸出ではビニールレザーを使用したオープンケースが米国向けを中心に急速な伸びを示した²⁶⁾。さらに昭和 38 年 (1963) には豊岡デザイン研究会が発足し、新製品開発コンクールや鞆デザインコンクールが開催される等、デザインや新製品開発に対する研究意欲が高まり、豊岡における鞆産業への展開が加速した。これに伴い、鞆産業の事業所数・従業員数・生産高 (数量・金額) も拡大した。

米国向けの鞆輸出は昭和 30 年代後半から 40 年代前半まで増加を続けたが、その後のニクソン・ショックや第一次石油危機による原料価格 (合成皮革・ビニールレザー・ゴム引布等) の高騰、さらには昭和 50 年代に入って円高・海外製品との競合・第二次石油危機等により鞆の輸出は急減した。しかし、豊岡では多様化した国内市場に適応したファイバー製・ビニール製・合成皮革製の鞆を生産し、市場を海外から国内へと転換させることに成功した。こうした経験はその後の米国市場への輸出急減の際にも生かされ、原料を塩化ビニールからジーンズ、キャンバス等布帛類へ切り替えることによって危機を脱した。さらに鞆業界は、昭和 51 年 (1976) から『中小企業近代化促進法』に基づく構造改善事業に着手し、新製品・新技術の開発をはじめとする振興事業を推進した²⁷⁾。

こうして、地元で栽培した杞柳を原料とした柳行李の製造を起源とする豊岡の杞柳産業は、風土的特性のなかで形成された伝統的な生産組織を継承しつつ、産地内で開発された新製品の成長とともに産地を形成する中核製品を鞆製品に譲り、わが国を代表する鞆産地のひとつとなった。兵庫県立中小企業総合指導所編『豊岡鞆産地診断報告書』(平成 6 年 (1994)) は、わ

25) 兵庫県立中小企業総合指導所, 1994 年, 23 頁。

26) 豊岡市史編集委員会, 1987 年, 667-668 頁, 670 頁。

27) 豊岡市史編集委員会, 1987 年, 676-677 頁, 679 頁。

が国を代表する四大鞆産地（東京・愛知・大阪・兵庫）のなかで、兵庫（豊岡）を除く産地が大都市圏内の消費立地の条件を有しているのに対し、兵庫は、消費立地・原料立地、いずれの産地集積の条件にも当てはまらないことを指摘した上で、①先覚者の新製品開発への情熱と努力、それらを支援した関連業者の「システムの連携」、②杞柳産業によって確立した全国的な販売網の活用、③杞柳から成長産業の鞆嚢へのタイムリーな転換、④市場性のある新製品の採用や新たな加工技術、生産方式の導入の4点をあげ、これらは杞柳産業産地における知識集約の結果であるとしている²⁸⁾。

第3章 地場産業産地の持続的成長

第1節 在来産業から地場産業へ

杞柳産業の最盛期に京都府天田郡役所が豊岡の杞柳産業を調査した『杞柳に就て』（大正13年（1924））が、当地における杞柳産業隆盛の要因として「伝統・人材・原材料供給・資金調達手段・全国市場・生産構造の存在²⁹⁾」を指摘しているとおり、明治期以降、杞柳栽培と製品製造の知識を全国に提供し各地の産地生成に寄与した豊岡では、多くのイノベーターの輩出や産地内の事業者の意思を集約した組織的な活動等もあり、全国各地から原料・製品・情報・人間が集中した。こうして、豊岡はわが国杞柳産業全体の動向を左右する中核的産地になるとともに外部経済を発揮し、相互作用が活発化し、そこで幾度となく行われた競争と協調が産地の新たな方向性を見いだすイノベーションの苗床となり、豊岡はイノベーションを具体的な成果へと導く過程におけるリスクの分散と成果の共有の場となった。

その後、外部環境条件の変化への対応やそこで創造された知識活用の結果として、豊岡は産地の主力製品を在来産業としての杞柳製品から鞆嚢製品へと転換し、地場産業産地として存続・発展を果たした。在来産業について、中村隆英は「原則として、広義には農林水産業を含み、狭義には農林水産業を除いた、近世以来の伝統的な商品の生産流通ないしサービスの提供に携わる産業であって、主として家族労働、ときには少数の雇用労働に依存する小経営によってなりたっている産業³⁰⁾」と、業種に幅があるものの、伝統的な財・サービスを提供する小規模経営により構成される産業としている。そして、第一次世界大戦以後、在来産業の特質の変化と衰退の徴候がみられるようになったと指摘し、その理由として消費需要の変化、在来産業の近代産業への脱皮、近代産業の在来産業への進出を指摘している³¹⁾。

また辻本芳郎は、家内手工業や農村副業の形態から近代的工業形態に至る在来工業の発達段

28) 兵庫県立中小企業総合指導所，1994年，31頁。

29) 京都天田郡役所，1924年，29頁。

30) 中村隆英，1985年，177頁。

31) 中村隆英，1985年，183-184頁。

階を「①家内手工業ないし農村副業的形態に停滞し、生産工程にまだ機械化のあらわれていないもの。②明治期以後の生産手段に近代化・動力化をとげ、農業から分離して専業化し、自らを工場制工業の段階に移行したが、いまだ家内労働を主とし零細な中小工業に停滞するもの。③明治期以後生産過程の各汎に機械化・近代化をとげ、みずからを近代的中小工業に転成するとともに、その頂点に巨大な大企業工場をも確立させ、大企業と中小企業の併存によって地域的集団を構成するもの³²⁾」に類型化している。

一方、上田宗次郎は、地場産業の多くに共通する特性として「伝統を持つ産業として、地域的に産地を形成し、地元資本がその地域の豊富、低廉な労働力を動員しつつ、特産品を生産している³³⁾」と整理し、山崎充は、地場産業が中小企業の固有のひとつのタイプであるとした上で「歴史性・産地性・社会的分業体制・特産品生産等の特性を備えたもの³⁴⁾」とし、清成忠男は地場産業の特徴として「社会的分業の進展による産地の形成、歴史的展開による経営資源の蓄積、労働集約的産業が多い、生産・流通の担い手が中小企業、システム・オルガナイザーの役割を果たす企業が存在³⁵⁾」するとし、石倉三雄も「同一業種に属する多数の中小企業が特定地域に集積して産地を形成し、地域内の経営資源を活用し、労働集約的な生産方法に依拠³⁶⁾」と、中小企業の集積による産地の形成を指摘している。

こうした在来産業と地場産業についての考え方を概観すると、ともに「歴史や伝統性」が指摘されており、伝統的産業あるいは在来産業といわれた産業の多くが今日では地場産業として把握されていることも理解できよう。その一方で、在来産業には「農村の副業的要素」が含まれているのに対し、地場産業には「産地形成」の明確化と「中小企業」の存在に関する指摘、すなわち、産業の構成単位が副業的活動から企業活動に代替することと相まって、産業集積である産地の持つ外部経済が指摘されている。

こうした視点を杞柳産業の動静に重ね合わせると、在来産業から地場産業への産業特性の変容が産地の盛衰に大きな影響を与えたことがわかる。すなわち、わが国の中核的産地であった豊岡では、杞柳の栽培から製品製造まで農村の労働力を商業資本が活用する「在来産業」から、その産地構造を生かしつつ工業資本の工業的生産による鞆嚢製品の拡大により「地場産業」の特性を持つ産地へと転換した結果として存続を果たした。本稿では言及していないが、明治期以降の杞柳栽培を契機として生成した多くの産地では、農工未分化の家業・生業的な活動による在来の技術や伝統工芸³⁷⁾を基礎とした「在来産業」として、また生成当初からの副業的特性

32) 辻本芳郎, 1978 年, 2 頁。

33) 上田宗次郎, 1969 年, 273-275 頁。

34) 山崎充, 1981 年, 8 頁。

35) 清成忠男, 1975 年, 129 頁。

36) 石倉三雄, 1989 年, 29-30 頁。

37) 石倉三雄は「伝統的工芸品産業は風土を基盤として消費財の生産を続けてきた産業であり、それは在来産

を持ち続けたことにより環境条件の変化に適応できずに淘汰したと考える³⁸⁾。

上野和彦は地場産業について、「産業としての歴史性・伝統性を持ち、地域内から資本・労働力・原料を調達して特産品（あるいは消費財）製品を生産し、これに関わる企業が社会的分業形態をとって、特定地域へ集積する（「産地」を形成する）という特徴をもつ産業³⁹⁾」と定義できるとし、さらに産地については、「ある特定の品目を生産する（ものづくりの）ために、多数の同業者・関連業者が社会的な分業・体制（地域的産業集団）を形成し、集積している地域をさす⁴⁰⁾」としている。

産地内の社会的分業としては、産地問屋や製造卸といった流通機能を持つ事業者の主導により、原料から製品に至る工程ごとに専門化した企業が有機的に結びついた分業体制が構成されていることが多い。下平尾勲は、近代工業の発展・進歩に対応する結果として産地形成や社会的分業体制が確立したと記している⁴¹⁾。また、産地における社会的分業の発達要因として、上野和彦は「生産技術の専門性による分業、コスト削減とリスク回避、地域産業の地域的な集積利益」の3点を指摘し⁴²⁾、伊藤正昭は、産地型集積内の社会的分業がセーフティ・ネットとして機能し、環境変化に対するリスク・シェアリングを行いながら、機動的な小回り性を発揮する地域集積の優位性を生み出していると指摘している⁴³⁾。

中小企業で構成される地場産業が一定規模の産地へと成長していくためには、利害関係者をとりまとめ、一定の方向に向けて誘導・推進する機能が求められる。そのためには、地場産業の持つ伝統的技術やネットワーク等の集積の利益をソーシャル・キャピタルとして活用し、市場と産地との情報交換を発展させ、新製品開発・デザイン開発・技術開発等の具体的な提案のできる地場産業に思い入れが深い「志のある企業」や「意欲のある人」の活動が重要となる。

第2節 イノベーションと事業転換

伝統的製品に関わる地場産業であっても、伝統技術の継承によってのみ存続価値が認められるわけではない。杞柳産業産地としての豊岡の歴史が示し、杉岡碩夫が「産地経営のイノベーターの出現をまっけてはじめて地域経済への貢献度を高める地場産業がうまれるのである⁴⁴⁾」と記すように、地場産業固有の諸要素を有機的に結びつけ、新たな価値を生み出し、変化に対応

業として把握できる」としている。（石倉三雄，1989年，180-181頁。）

38) 荻久保嘉章，2013年参照。

39) 上野和彦，2007年，5頁。

40) 上野和彦，2007年，25頁。

41) 下平尾勲，1996年，31頁。

42) 上野和彦，2007年，10-11頁。

43) 伊藤正昭，2003年，199頁。

44) 杉岡碩夫，1984年，13頁。

した製品を作り、市場を創造するイノベーションの創出なくして、変化を続ける環境条件下で産地の存続は不可能であろう。

シュンペーター (Schumpeter, J. A.) は、イノベーションについて「革新は要素を新しいやり方で結合する。または、革新は新結合を遂行することにある⁴⁵⁾」と記している。また、ヒッペル (von Hippel, E. A.) はイノベーションの担い手が多様に存在することを指摘し⁴⁶⁾、ポーター (Porter, M. E.) は、クラスター内において情報の伝達とともに地理的に接近した企業間のライバル意識が生まれ、これがイノベーションの原動力となり競争優位を強化している⁴⁷⁾。さらにバダラッコ (Badaracco, Jr., J. L.) は、競争優位性の源泉が土地・天然資源・資本等の生産要素からイノベーションを包含した知識へ移行したことによる知識とその連鎖の重要性の高まりを指摘している⁴⁸⁾。

ただし、こうした役割を果たすイノベーターあるいは企業家たり得る人材は誰もがなり得るという訳ではなく、一定の条件や能力・才能が求められ、それが「異端者⁴⁹⁾」である場合も少なくない。戸部良一らが「およそイノベーションは、異質なヒト、情報、偶然を取り込むところに始まる⁵⁰⁾」と指摘し、池田信夫が「変人がイノベーションを生む⁵¹⁾」と強調し、伊藤正昭は「地域イノベーションをになうのが地域の企業家精神を持つ人材である⁵²⁾」とし、さらに山崎充が「企業家精神の持ち主が地場産業をリードし、地場産業に対して強力な影響力をもつようになれば、地場産業の再生はまず間違いなく成功するに違いない⁵³⁾」と述べるとおり、多様な価値観をもつ人の存在とその主張が許容される「懐が深い」環境づくりに努めることは、産地の持続的成長にとって重要な課題となろう。

ピオリとセーブル (Piore, M. J. and Sabel, C. F.) が、経済的成功を収めた地域は「新しい市場を開拓するために、ある時は変化する嗜好に対応し、またある時は嗜好自身を変えながら、絶えず製品の質を変えている⁵⁴⁾」と記すように、豊岡では、伝統・風土・文化等を背景とした製品づくりに加え、時代に適合した製品の供給を通じて産地の持続的成長を図ってきた。

45) Schumpeter, J. A., 1939. (吉田昇三, 1958 年, 126 頁。)

46) von Hippel E. A., 1988. (榊原清則, 1991 年, 3 頁。)

47) Porter, M. E., 1998. (竹内弘高, 1999 年, 91 頁。)

48) Badaracco, Jr. J. L., 1991. (中村元一・黒田哲彦, 1991 年, 3 頁。)

49) 山崎充は「イノベーション (革新) は創造的破壊をともしなうものであるが故に、「異端者」と呼ばれるような人でなければ、なかなかやり通すことはできにくい。(中略)「異端者」を大切に産地 (地域)こそまさに革新者を台頭させ、将来を明るくするものとする地場産業であるといえるのではないだろうか」と、地場産業は「異端者」を大切にしなければならないと記している。(山崎充, 1981 年, 288-289 頁。)

50) 戸部良一ほか, 1984 年, 273 頁。

51) 池田信夫, 2011 年, 32-34 頁。

52) 伊藤正昭, 2003 年, 14 頁。

53) 山崎充, 1981 年, 81-82 頁。

54) Piore, M. J. and Sabel, C. F., 1984. (山之内靖ほか, 1993 年, 39 頁。)

明治期以降の豊岡における杞柳産業関係者によるイノベーションは、八木長右衛門・服部清三郎・奥田平治・松本孝らが伝統的製品である柳行李から行李鞆やバスケット型行李鞆へと発展させ、伝統的な杞柳製品にのみ固執することなく市場ニーズを反映した自由な発想を加え、消費者に訴求する商品開発や用途開発による新市場創造の活動結果として、杞柳製品から鞆囊製品へ産地の転換を果たした。

当座の副業として生成発展した多くの杞柳産業産地と異なり、豊岡には歴史と明治期からの博覧会における数々の受賞に裏付けられた高い技術があり、さまざまな人材が集まり、情報が集積するとともに歴史的に蓄積した知識と結合し、人々が協同して問題解決を図るための組織的活動も活発に行われてきた。たとえば、皮バンド付の柳行李にハンドルを付けることにより手提げを可能とした「行李鞆」を実現し、錠前を取り付けたトランク型行李鞆（新型鞆）へと発展させ、電気絶縁物として開発された素材によるトランク「ファイバー鞆」を商品化した。さらに、その後の塩化ビニールと新たな縫製技術による「スマートケース」の考案や「オープンケース」と「エレガントケース」の大量販売等は、豊岡における鞆産地形成にとって重要な一連のイノベーションであった。

山崎充は、イノベーションを成し遂げた地場産業のひとつとして豊岡鞆を紹介している⁵⁵⁾。そして、山崎充や小原久治が事業転換や事業多角化に成功した地場産業・産地の事例を類型化⁵⁶⁾したとおり、豊岡の事例をはじめとして新たな製品や業種分野に転換した地場産業・産地の事例は多く、山崎充、石倉三雄、関満博は、それぞれ「地場産業の歴史は事業転換の歴史⁵⁷⁾」と指摘している。また、わが国有数の皮革産業産地が存在する兵庫県において、天然皮革ではなく合成皮革やビニール等の工業製品を原料とした豊岡における鞆の製造は、単なる製品の転換のみならず資源立地型産業からの脱却をも意味しているといえよう。

第3節 地場産業産地の持続的成長

現代のグローバル化した環境条件において、資源立地に基づく地場産業産地の優位性を維持することは決して容易なことではない。また一方で、ネットワークとしての産地間交流や従前からの産業集積としての「産地」概念を拡大し「クラスター」の概念を包含することにより、旧来の枠組みから開放された新たな地場産業産地のありようを検討することも可能になろう。

しかし、それだけでは歴史性に基づく地場産業としての「独自性（identity）」が希薄になる。そこで、市場においてその存在感を示すためには、山崎充が衰退の一途をたどる豊岡の杞柳製品の振興に対する提言として「杞柳製品が特産工芸品として生産されることがシンボルとなり、

55) 山崎充，1981年，103頁。

56) 山崎充，1981年，102頁。小原久治，1991年，237頁。

57) 山崎充，1977年，276頁。石倉三雄，1989年，371-372頁。関満博，2002年，21頁。

鞆産業の発展に貢献し豊岡市の魅力向上につながる⁵⁸⁾」と指摘したように、産地の「象徴 (i-con)」や「原点 (origin)」による訴求も必要となろう。こうした観点から、平成 4 年 (1992) 10 月に「豊岡杞柳細工」が『伝統的工芸品産業の振興に関する法律』に基づく「伝統的工芸品」に指定され、平成 18 年 (2006) 4 月に「豊岡杞柳細工」と「豊岡鞆」が『商標法』に基づく「地域団体商標 (地域ブランド)」として登録され、さらに翌年には「豊岡杞柳細工」と「豊岡鞆」を地域産業資源として盛り込んだ『中小企業地域資源活用促進法』に基づく兵庫県の基本構想が国に認定されたことは、産地の歴史性・伝統性のシンボルとして、豊岡の利害関係者にとって大きな力になるものと考えられる。

農商務省農務局が大正 11 年 (1922) に公表した『神戸市ニ於ケル蘭製品及杞柳製品ノ取引状況調査』は、「兵庫県下各地ニ於テ生産セラルル製品及原料ハ常ニ殆ト各部一応豊岡ニ集積セラレ豊岡産ノ名称ノ下ニ発送セラル⁵⁹⁾」と、「ブランド」の確立した豊岡に集積された他産地の原料・製品が豊岡産として移出される様子を記している。産地間の差別化が不十分であった杞柳製品が豊岡の主要製品であった大正期であれば「地域ブランド」認定は意義があるかもしれないが、鞆の場合、現代の消費者は産地より企業あるいは商品に対するブランドをより強く認識するところから、地域ブランドとしての「豊岡鞆」のままでは消費者に対する訴求効果は十分ではないと考えられる。

伝統的刃物産地のひとつである岐阜県関市から世界的に知名度の高い企業ブランドが生まれたように、伝統性に裏付けられた産地を代表するリーディング・カンパニーの育成も、消費財としての鞆の商品特性に則した産地の展開策のひとつになるかもしれない。「企業ブランド」が確立した製品であれば地域ブランドほど「産地」に束縛されることがないため、旧来の枠組みにとらわれずに広範な連携も可能となる。産地で培われてきた知識を基盤として、産地の企業が産地性を内包・発展させた製品を開発し、企業ブランド化を図る戦略展開が地域経済に対し大きな役割を果たすことになるだろう。

山崎充が「産地完結型・問屋統括型地場産業⁶⁰⁾」として類型化した豊岡の鞆も、産地構造の中核に位置していた産地問屋の海外生産品取扱量の増加により、産地内の社会的分業体制が崩れ、産地メーカーが中心となって産地の持続的成長を図る製品多角化 (コンセプト・機能・技術・市場・用途・原料等) を探索している。異質多元に存立する中小企業が産地に蓄積された知財集約の企業活動を図るとき、大学・研究機関・金融機関・行政等の多様な組織を包含した枠組みによる「産地」の視点に立ち取り組むことができたなら、産地の創発 (emergence) に大きな影響を与えることになるだろう。そして、危機感 (問題意識) を持つ者 (人・企業・機関等) と解決

58) 山崎充, 1973 年, 16 頁。

59) 農商務省農務局, 1922 年, 2 頁。

60) 山崎充, 1977 年, 57-67 頁。

策を見いだすために関与できる知識を持つ者（人・企業・機関等）の相互作用が持続的に実現したとき、そこにイノベーション・知識創造・協同・共生や切磋琢磨の「場」が形成されよう。

明治期以降、伝統的産業を基盤として発展した産地構造や技術の集積に裏付けられた製品づくりのみならず、杞柳製品に付加価値をつけるために多くの人々がさまざまな工夫を重ね、問題意識を共有する人々が協同し、社会的環境への組織的な対応を続けた結果として重層的に蓄積した知識が、豊岡における杞柳製品から鞆囊製品への転換を実現する基盤となった。こうした観点から、一定の地理的範囲内に利害関係者が集中する「産地」の重要性が改めて認められる。またその一方で、新たな連携やクラスターを構築し、新ブランド、製品差別化といった競争優位の源泉となり得る要素の実現を図ることは、伝統工芸的な地場産業が持つ産地内の内向きなネットワークを外部に向けて開放する転換であり、地場産業の持続的成長のみならず独自性（あるいは原点）を明確にするための要因のひとつとなろう。

産地内においては、地場産業に対し思い入れが深い「志のある企業」や「意欲のある人」により創出されたイノベーションと、その地域経済効果を認めた利害関係者の支持・支援が重要である。豊岡の産業の中核に杞柳産業があった時期、兵庫県豊岡工芸指導所が杞柳産業発展のための応用技術やデザイン開発等を支援し、兵庫県杞柳製品協同組合が『兵庫県杞柳製品振興ビジョン』（昭和61年（1986））を作成した際には、兵庫県中小企業団体中央会をはじめ兵庫県・豊岡市等がこれを支援した。その後、鞆囊産業の時代になると、豊岡市商工会議所による「豊岡鞆」のブランド展開事業が平成16年度（2004）中小企業庁「JAPANブランド育成支援事業」のひとつとして採択され、平成17年（2005）3月には中心商店街の一部（宵田商店街）を「カバンストリート」と命名し、「鞆のまち」としての豊岡をアピールしている。

地場産業は、地域社会に雇用の場と所得の機会を提供し、地域経済を支える基幹となる役割を果たしており、地場産業の盛衰は地域経済のそれと一致する。歴史・風土に基づき形成された技術・労働力・資本等の集積を核とした産地構造を持つ豊岡が事業転換による産地の存続を実現した事実は、現在に至る産地の人々の熱意の成果であり、現在も続くさまざまな活動は地場産業産地の意義を問う将来への布石でもある。

【引用・参考文献】

- ・Badaracco, Jr. J. L., *The Knowledge Link*, Harvard Business School Press, Boston, 1991.（中村元一・黒田哲彦訳『知識の連鎖 企業成長のための戦略同盟』ダイヤモンド社、1991年。）
- ・Baker, W., *Achieving Success Through Social Capital*, Jossey-Bass, San Francisco, 2000.（中島豊訳『ソーシャル・キャピタル 人と組織の間にある「見えざる資産」を活用する』ダイヤモンド社、2001年。）
- ・Nonaka, I. and Takeuchi, H., *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies*

- Create the Dynamics of Innovation*, Oxford University Press, New York, 1995. (梅本勝博訳『知識創造企業』東洋経済新報社, 1996年。)
- ・ Piore, M. J. and Sabel, C. F., *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, Basic Books, New York, 1984. (山之内靖・永易浩一・石田あつみ訳『第二の産業分水嶺』筑摩書房, 1993年。)
 - ・ Porter, M. E., *On Competition*, Harvard Business School Press, Boston, 1998. (竹内弘高訳『競争戦略論Ⅱ』ダイヤモンド社, 1999年。)
 - ・ Porter, M. E., *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York, 1990. (土岐坤ほか訳『国の競争優位 (上)』ダイヤモンド社, 1992年。)
 - ・ Satow, E. M. and Hawes, A. G., *A Handbook for Travellers in Central and Northern Japan*, Second Edition, revised, John Murray, London, 1884. (庄田元男訳『明治日本旅行案内〈上巻〉カルチャー編』平凡社, 1996年。)
 - ・ Schumpeter, J. A., *Business Cycle: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*, 2 Vols., McGraw-Hill, New York, 1939. (吉田昇三監修・金融経済研究所訳『景気循環論Ⅰ 資本主義過程の理論的・歴史的・統計的分析』有斐閣, 1958年。)
 - ・ von Hippel E. A., *The Sources of Innovation*, Oxford University Press, New York, 1988. (榎原清則訳『イノベーションの源泉 真のイノベーターはだれか』ダイヤモンド社, 1991年。)
 - ・ 池田信夫著『イノベーションとは何か』東洋経済新報社, 2011年。
 - ・ 石倉三雄著『地場産業と地域経済』ミネルヴァ書房, 1989年。
 - ・ 石田修一「但馬豊岡の柳行李」地方史研究協議会編『日本産業史大系』6 近畿地方篇, 東京大学出版会, 1960年。
 - ・ 石田松蔵「豊岡の柳行李」兵庫県史編集専門委員会編『兵庫県の歴史』第2号, 1969年。
 - ・ 板倉勝高著『地場産業の発達 訂正版』大明堂, 1984年。
 - ・ 井出策夫「かばんの町 豊岡」板倉勝高編著『地場産業の町 上』古今書院, 1978年。
 - ・ 伊藤正昭著『新版 地域産業論 産業の地域化を求めて』学文社, 2003年。
 - ・ 上田宗次郎「総論」大内兵衛監修・地方調査機関全国協議会編著『地域と産業』新評論, 1969年。
 - ・ 上野和彦著『地場産業産地の革新』古今書院, 2007年。
 - ・ 牛尾真造・森下二次也著『杞柳工業 柳行李』(兵庫県産業経済研究叢書V), 兵庫県産業研究所, 1953年。
 - ・ 荻久保嘉章著『新版 杞柳産業の盛衰 地場産業産地の淘汰』成文堂, 2013年。
 - ・ 小熊彦三郎・大串善六著『杞柳の栽培』光原社, 1925年。
 - ・ 京都天田郡役所編『杞柳に就て』1924年。
 - ・ 清成忠男著『地域の変革と中小企業 (上)』日本経済評論社, 1975年。
 - ・ 小原久治著『地場産業・産地の新時代対応』勁草書房, 1991年。
 - ・ 佐久間哲三郎編『農家の副業』(財科学知識普及会, 1931年。
 - ・ 下平尾勲著『地場産業』新評論, 1996年。
 - ・ 杉岡碩夫「地域密着型地場産業の諸側面」国民金融公庫調査部編『伝統を生かす小さな地場産業』(地場産業シリーズⅢ), 中小企業リサーチセンター, 1984年。
 - ・ 関満博「地場産業の直面する課題」関満博・佐藤日出海編『21世紀型地場産業の発展戦略』新評論, 2002年。
 - ・ 辻本芳郎著『日本の在来工業 その地域的研究』大明堂, 1978年。
 - ・ 戸部良一・寺本義也・鎌田伸一・杉之尾孝生・村井友秀・野中郁次郎著『失敗の本質 日本軍の組織論的研究』ダイヤモンド社, 1984年。
 - ・ 豊岡市立郷土資料館編『杞柳製品 その歴史と作品』1973年。
 - ・ 豊岡市史編集委員会編『豊岡市史 上巻』1981年。
 - ・ 豊岡市史編集委員会編『豊岡市史 下巻』1987年。

- ・豊岡市商工課編『豊岡かばんの再発見 杞柳からかばんへの変遷』2006年。
- ・中野市誌編集委員会編『中野市誌 歴史編（後編）』1981年。
- ・長野県内務部編『副業の農村振興に寄与したる事例』副業参考資料（23），1932年。
- ・中村隆英著『明治大正期の経済』東京大学出版会，1985年。
- ・中村隆英「在来産業の分析視角」中村隆英編『日本の経済発展と在来産業』山川出版社，1997年。
- ・農商務省編『明治19年 農商工概況』（工業部 商業部）農商工公報号外，1887年。
- ・農商務省農務局編『独逸ニ於ケル諸種ノ小産業』1919年。
- ・農商務省農務局編『神戸市ニ於ケル藺製品及杞柳製品ノ取引状況調査』（副業参考資料12），1922年。
- ・農林省農務局編『主要市場ニ於ケル杞柳製品ノ取引状況調査』（副業参考資料28），1927年。
- ・農林省農務局編『大阪及神戸港ニ於ケル副業生産品輸出入状況調査』（副業参考資料35），1929年。
- ・兵庫県内務部第二課編『兵庫県著名農産物栽培録』1891年。
- ・兵庫県内務部第四課編『兵庫県物産調査書』1900年。
- ・兵庫県内務部編『大正7年9月 副業ニ関スル調査 第1輯』1919年。
- ・兵庫県立中小企業総合指導所編『豊岡産地診断報告書』1994年。
- ・兵庫県杞柳製品協同組合編『兵庫県杞柳製品振興ビジョン』1986年。
- ・兵庫県杞柳製品協同組合編『伝統的工芸品 豊岡杞柳細工』2003年 増刷。
- ・兵庫県豊岡工芸指導所編『兵庫県但馬地方における杞柳産業』豊岡市立図書館収集資料，発行年不明。
- ・北海道庁内務部編『北海道ニ於ケル杞柳ニ関スル調査』1917年。
- ・松平試農場編『農事試験成績 第壹報』1903年。
- ・宮内哲著『箱』ものと人間の文化史 67，法政大学出版局，1991年。
- ・村上節太郎「土佐・伊予・但馬の杞柳栽培地」『地学雑誌』第47年 第554号，1935年。
- ・柳下貞一著『柳の文化誌』淡交社，1995年。
- ・山崎充「豊岡の特産業（鞆のう，杞柳産業）振興に対する提言」豊岡市立郷土資料館編『杞柳製品 その歴史と作品』1973年。
- ・山崎充著『日本の地場産業』ダイヤモンド社，1977年。
- ・山崎充著『地場産業都市構想 地域と産業の革新を求めて』日本経済評論社，1981年。
- ・山中省二編『四国の副業』日本産業協会，1928年。

